

DEKONSTRUKSI DAN TRANSFORMASI PERILAKU EKONOMI: PENDEKATAN BANK SYARI'AH

Muhammad¹

ABSTRACT

This article focuses on two important aspects. First, the effort of syari'ah banking manager to deconstruct and transform Muslims understanding on the impact of conventional economy and bank practice. Second, the Muslim respond toward the deconstruction and transformation done by syari'ah banking manager in order that they used syari'ah banking facilities. This study conducted at the branch of Palangkaraya Muamalat bank, Central Kalimantan. The main instrument of this research was the researcher itself. While the data needed to solve this research problem collected during the moment of focused group discussion (FGD), talk show, public discussion handled by Palangkaraya Muamalat Bank. Interview was applied to gain the important information about the forming organizational culture and the way of its transfer within the insider and outsider society. The researcher was one of the active members invited by the Muamalat bank to participate during the activities. Thus, participant observation was one of the way applied in the study. The study result show that the effort to deconstruct and transform conventional economy and banking practice addressed to the insider and outsider. The citizens of Muamalat bank share their knowledge each other, take the informal education such as Islamic economic up grading, workshop, seminar, and consortium, in order to strength their understanding on the operational of Muamalat bank principles. The other effort of Muamalat bank were creating islamic organizational culture and making it as their own daily

¹Dosen Program Studi Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palangkaraya. Alamat email: abiulil@yahoo.com

life organizational symbols. While to the outsiders, Muamalat bank manager spread out the Islamic values by using TV, radio channels and mass media. They also involved academists, MUI and banking practitioner in the talk show programme. Second, this research found three kinds of Muslims characteristics in responding the offering addressed by Muamalat bank to use its facilities: 1) modernism, 2) spiritualism, and 3) modernism-spiritualism.

Kata Kunci: bank Islam, bertukar pengetahuan, modernisme, spiritualisme dan modernisme-spiritualisme.

A. PENDAHULUAN

Sistem ekonomi dan perbankan yang diterapkan di negara-negara berkembang, termasuk negara-negara yang mayoritas penduduknya Muslim, merupakan produk negara-negara Barat, proponent utama sistem ekonomi Kapitalisme. (Butt, 1991:109 dan Alwani, 1991:xxi). Disokong oleh tren intelektual seperti sains newtonian, dan teori "survival of the fittest" dari Darwinian serta hukum kompetisi, maksimalisasi laba dan akumulasi kapital, kapitalisme telah berhasil menjebak praktek ekonomi dan bisnis pada umumnya dalam sebuah perburuan keuntungan kompetitif, (Zohar dan Marshall, 2005: 34-5) yang tak mengenal sikap *altruistic*.

Sistem Kapitalisme memandang manusia sebagai makhluk ekonomi (*homo economicus*) yang memiliki kecenderungan dan sifat dasar untuk melakukan pertukaran (barang dan jasa). Manusia selalu bertindak demi mengejar kepentingannya sendiri, atau setidaknya mengejar apa yang diprediksi akan menguntungkannya. Dua asumsi tersebut, dalam praktek bisnis modern tidak hanya tercermin pada prinsip pencarian keuntungan demi keuntungan itu sendiri (*the pursuit of profit for its own sake*), tetapi juga pada asumsi bahwa setiap kegiatan ekonomi dan bisnis eksis dalam rangka memaksimalkan keuntungannya sendiri. Asumsi dan perspektif tersebut telah mengakar kuat dalam persepsi dan kesadaran pelaku ekonomi dan bisnis moderen. Akibatnya, realitas sosial yang hidup dan berkembang sekarang ini adalah realitas yang kering dari nilai-nilai, altruistik, cinta kasih antar sesama manusia (Triyuwono, 2000:xii).

Munculnya responsi kritis dari sejumlah ilmuwan (Etzioni, 1997:97) merupakan refleksi dari kekhawatiran atas eksekusi yang dimunculkan oleh kesalahan ontologis di atas. Mereka sepakat bahwa ekonomi dan bisnis (praktek perbankan) yang ada selama ini telah terkontaminasi oleh spirit kapitalisme, yang mengandung cacat sistemik dan dikotomis. Pada satu sisi, sistem ini

mengklaim diri bebas nilai (*value neutral*), tetapi pada kenyataan praksisnya menyembunyikan prinsip moral tertentu seperti prinsip materialistik, hedonistik dan deterministik.

Sistem ekonomi yang dominan selama ini tidak memasukan dan memiliki orientasi nilai-nilai yang bersifat teologis-transendental, tidak menghitung sebesar berapa besar rasio pembangunan ekonomi terhadap kepentingan dan keperluan makhluk ciptaan Tuhan. Sehingga lebih mengarah pada pendangkalan kodrat manusia seperti dehumanisasi, eksploitasi, immoralitas dan degradasi lingkungan. Padahal, aspek-aspek yang bersifat teologis-transendental, seperti dikemukakan Marvin E Oslan tidak hanya menggerakkan sendi-sendi perekonomian ke arah yang lebih baik, tapi juga mempengaruhi perilaku ekonomi dan memformat sistem ekonomi ke arah yang lebih humanis. Karena, salah satu fungsi teologis (agama) mengekspresikan kesadaran masyarakat, memelihara kohesi sosial dan melakukan kontrol sosial. (Suman dan Yustika, 1997: 3).

Pemisahan nilai spiritual dalam ranah ekonomi berdampak pada terjadinya *disequilibrium* secara permanen yang mengancam keutuhan (*wholeness*) kehidupan manusia baik secara fisik, mental maupun spiritual, melahirkan patologi sosial dan melahirkan watak individualisme, materialisme dan hedonisme yang membuat masyarakat terperangkap dalam dunia *anomie*, keadaan hampa norma (*normlessness*) (Budiman, 1997: 73) manusia dalam kerangkeng (*hollow man*) (Mubarak, 2001:32).

Munculnya ekonomi Islam dengan perangkat institusi (bank) Islam dianggap membawa angin transformasi (perubahan). Sistem ini diharapkan tampil secara optimal untuk menjadi solusi alternatif bagi ekonomi kapitalistik dan feodalistik. Ide dasar munculnya bank Islam ini adalah upaya untuk menangkai sistem Ribawi (bunga uang) yang ada pada bank-bank konvensional. Sebab, perspektif Islam terhadap persoalan ini sudah jelas, yaitu Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (*wa ahallalLahul bay'a waharram ar-riba*). (Luth, 2005:xi). Sistem bunga (*interest system*) dipandang tidak manusiawi dan tidak adil sebab dianggap meraup keuntungan dengan jalan menghisap darah dan keringat orang lain (*the misery of others*). (Saeed, 1996:12).

Bank Islam sebagai sebuah realitas sosial ekonomi lahir dari hasil konstruksi individu dan kelompok, yang mengandung muatan maksud, nilai dan kepentingan individu-individu konstruktornya. Berger dan Luckman meyakini bahwa realitas tidak dapat dipisahkan dan masyarakatnya, ia adalah produk dari masyarakat. Seperti halnya realitas lain, eksistensi bank Islam tidak dapat dipisahkan dari nilai dan kepentingan masyarakat di mana bank Islam itu beroperasi. Pada tingkat mikro, diri melalui interaksi diri (*self interaction*) memainkan peran penting dalam membangun realitas.

Bank Islam sebagai produk manusia tidak dapat dilepaskan hasil refleksi individu atas realitas sosial ekonomi ketika diri (individu) melakukan interaksi sosial dengan realitas yang diarahkan kepadanya. Dengan merefleksikan pemahaman tentang realitas sosial ekonomi yang dijumpainya, individu atau sekelompok orang mendefinisikan diri, selanjutnya memberikan respons baik dalam pengertian yang positif maupun dalam pengertian yang negatif.

Apabila realitas yang dipersepsi dipandang sejalan dengan nilai dan keyakinan individu-individu, maka individu cenderung bersikap positif. Sebaliknya, jika realitas yang ditemuinya bertentangan dengan nilai dan keyakinan dasar, maka individu cenderung bersikap pasif dan memproses realitas lain yang lebih relevan dengan kepentingan dan jati dirinya.

Berger dan Luckman meyakini bahwa diri dan kelompok memiliki kekuatan yang sungguh-sungguh untuk menilai situasi dan untuk mengaktualisasikan serangkaian tindakan atas dasar situasi yang telah terdefiniskan. Individu dan kelompok memiliki pola dinamis dalam berinteraksi sosial dengan lingkungannya, yang kemudian memunculkan realisasi pembentukan bank Islam. Dengan demikian jelas bahwa, pendefinisian diri melalui proses interaksi sosial merefleksikan sikap dan keinginan individu untuk mengubah realitas dijumpainya agar selaras dengan nilai-nilai dan keyakinan tertentu, yang dalam konteks ini adalah nilai yang bersifat universal, nilai kemanusiaan (humanis) dan transendental. (Triuwono, 2002).

Mead dalam Veeger merumuskan bahwa dinamika sosial merupakan proses yang menuju perubahan sosial ekonomi yang mendorong ke arah tercapainya keseimbangan baru yang lebih relevan dengan nilai-nilai universal (humanis - transendental). Dinamika sosial dalam proses pembentukan bank Islam adalah sebuah usaha dari individu dan kelompok untuk mengganti ide dan gagasan ideologi kapitalisme yang materialistik dan deterministik dengan konsep-konsep yang merepresentasikan kebutuhan manusia sebagai makhluk ekonomi (material) dan makhluk spiritual. (Veegar, 1993:105). Summer dalam kaitan ini menegaskan bahwa sebuah lembaga terdiri atas konsep (gagasan, pemikiran, doktrin, kepentingan) dan struktur. Struktur adalah kerangka kerja atau perangkat, atau mungkin hanya sejumlah fungsi yang dirancang untuk bekerja sama dalam cara-cara yang sudah ditentukan pada *conjecture* tertentu. Struktur memegang konsep dan melengkapi instrumen untuk membawanya ke dunia fakta dan tindakan guna melayani kepentingan manusia dalam masyarakat.

Ekonomi dan bank Islam berpijak pada landasan-landasan filosofis tertentu. Iwan Triuwono merumuskan empat landasan filosofis ekonomi Islam yaitu, humanis, emansipatoris, transendental dan teleologikal. Humanis memiliki makna

bahwa teori ekonomi dan bank Islam bersifat manusiawi, karena memang ia merupakan produk yang lahir dari pemikiran manusia (*socially constructed*), sesuai dengan fitrah manusia, dan dapat dipraktekkan sesuai dengan kapasitas yang dimiliki oleh manusia. Manusia sebagai makhluk yang selalu berinteraksi dengan manusia lain bahkan dengan realitas lain, sehingga teori ekonomi dan bank Islam tidak bersifat *ahistoris*. (Triuwono, 2002:35-47).

Emansipatoris dimaksudkan bahwa teori ekonomi dan bank Islam mampu melakukan perubahan-perubahan (transformasi) yang signifikan sebagai alternatif atau sebagai alat dekonstruksi terhadap teori dan praktek ekonomi dan bank moderen. Perubahan dalam konteks ini memiliki implikasi emansipatoris, kemampuan untuk membebaskan manusia dari, misalnya ketidakadilan sistem dan penindasan struktur yang diciptakan oleh sekelompok orang untuk menghegemoni *power* dan kepentingan mereka.

Transendental berarti bahwa ekonomi dan bank Islam melintasi batas disiplin ilmu-ilmu lain, bahkan melintasi batas dunia materi (ekonomi). Dengan prinsip filosofis ini teori ekonomi dan bank Islam dapat memperkaya dirinya dengan mengadopsi teori-teori ilmu lain. Pandangan ini sangat mendasar mengingat sifat dasar Islam sendiri sebagai agama *rahmatan li al 'alamin*. Ia tidak membatasi diri pada keunikan-keunikan positif yang dimiliki oleh peradaban lain, melainkan mengakomodirnya, mereformasi universalitas tanpa merusak partikularitas. (Arkoun, 1997:24).

Sedangkan prinsip teleologikal berarti bahwa ekonomi dan praktek perbankan tidak hanya untuk kepentingan pengejaran keuntungan material (*material oriented*), tetapi juga memiliki tujuan transendental sebagai bentuk akuntabilitas yang bersifat *triangle* yaitu akuntabilitas manusia terhadap Tuhan, manusia terhadap sesamanya dan manusia dengan alam semesta. Prinsip ini mengantarkan manusia untuk mencapai *falah*, kemenangan.

B. BANK SYARIAH DAN DEKONSTRUKSI PERILAKU EKONOMI

Sebagaimana diketahui secara luas bahwa kemunculan ekonomi Islam dengan perangkat institusinya dipandang sebagai salah satu instrumen alternatif yang dapat digunakan oleh para *users* yang tidak menghendaki transaksi ekonomi dan keuangan yang berbasis bunga yang mereka anggap sebagai sebuah alat yang cacat hukum, karena mengandung penyimpangan-penyimpangan baik dari sudut pandang moralitas agama maupun pertimbangan kemanusiaan. Pada sisi lain, kehadiran lembaga ini diharapkan juga menjadi sebuah instrumen dekonstruktif yang mampu mentransformasi cara pandang, pemahaman yang

holistic terhadap hakekat, tujuan dan nilai dari aktivitas ekonomi dan penerapan ekonomi berdasarkan nilai-nilai yang dikehendaki dalam syari'at Islam.

Nilai dan makna kehadiran bank syari'ah yang dijelaskan di atas dapat menjadi sebuah realitas ekonomi yang memadai dan ideal apabila seluruh *stakeholders* atau pihak-pihak yang memiliki kepentingan untuk menyebarkan nilai dan norma agama dalam seluruh aspek kehidupan, terutama aspek ekonomi memiliki wawasan dan pemahaman yang lebih memadai. Pemahaman yang memadai akan mengarahkan tindakan seseorang bahkan memiliki kekuatan untuk mentransformasi kondisi sosial ekonomi kearah yang bagaimana seharusnya. Pemahaman yang memadai juga sangat mendukung keberhasilan proses dekonstruksi logosentrisme ekonomi konvensional.

Langkah dekonstruktif dapat dilakukan melalui berbagai saluran dengan penekanan utama bagaimana pihak manajer dan komunitas bank syari'ah mampu memasukan aspek-aspek nilai yang bersumber dari kebijakan transcendental dan kemanusiaan dapat dimasukkan dalam sentra pemahaman masyarakat menggantikan logosentrisme yang dominan selama ini. Aspek-aspek transcendental dan humanis ini dapat dimasukkan ke dalam pusat logosentrisme, menggeser pemahaman individu bahwa tujuan aktivitas bisnis yang dilakukan tidak dapat disterilkan dari ikatan nilai-nilai etika agama dan nilai-nilai etika kemanusiaan. Aktivitas ekonomi dan bisnis yang memasukkan unsur ini menjadikan komunitas memandang dan menyadarinya sebagai sebuah kegiatan luhur.

Bisnis harus dipahami dan diterima sebagai sebuah profesi luhur, karena memang pada hakekatnya merupakan sarana di antara manusia untuk saling memenuhi cita rasa dan kebutuhan masing-masing yang tidak mungkin dapat dipenuhi seorang diri. Pergeseran paradigma dalam memahami bisnis sebagai sebuah kegiatan yang endingnya pada untung rugi menjebak pelaku ekonomi untuk berpikir bagaimana sebisa mungkin menumpuk *profit maximizing*. Prinsip ini menjadi semakin terbuka luas ruangnya ketika masyarakat mulai memandang bisnis sebagai tempat bergantung. Artinya, manusia, seperti dikatakan Keraf, tidak bisa lagi menentukan kebutuhannya, ia harus tunduk pada imperatif bisnis. (Keraf, 1997:82). Kenyataan seperti membuat sebagian manusia sinis dan memberikan label hitam tentang bisnis, bisnis sebagai sesuatu yang sangat memperihatinkan, bukan sebagai suatu profesi yang luhur, pekerjaan yang kotor, yang memberikan kebebasan pada orang untuk menumpuk keuntungan tanpa mempertimbangkan imperatif moralitas agama.

Sebagai aktivitas yang dalam sejarahnya menempati posisi terhormat di antara praktek dan teori ilmu lain, ekonomi dan bisnis memang tidak lepas dari imperative moral. Justeru label etika dan moral ini menjadi perekat yang

mengantarkannya menjadi kegiatan terhormat. Bahkan, para pelaku bisnis pada masa-masa awal adalah orang-orang yang memiliki komitmen moral yang kuat. Apabila selama beberapa decade terakhir ini bisnis mendapat konotasi yang jelek, kesan dan sikap ini sebenarnya disebabkan oleh ulah orang-orang bisnis itu sendiri, atau lebih tepat ulah beberapa "orang bisnis" yang memperlihatkan citra yang begitu negative. (Keraf, 1991:62). Ada yang memandang bisnis sebagai aktivitas yang steril dari nilai etika. Bagi mereka, bisnis tidak perlu dikaitkan dengan etika karena memang tidak tepat, dan akan menjadi rintangan untuk mencapai tujuan.

Kesan yang sudah demikian mengakar kuat itu menjadi salah satu *entry point* bagi munculnya dekonstruksi pemahaman. Kehadiran lembaga ekonomi (bank) islam di tengah aktivitas lembaga bisnis yang jauh dari sentrum etika dan moral dianggap para pendukung (*proponent*)-nya menjadi momentum strategis. Moment ini dimanfaatkan untuk melakukan advokasi pengembangan dan perluasan jaringan bank islami dengan menggunakan berbagai pendekatan yang berbeda-beda.

Pertama, advokasi bahaya penerapan riba dalam praktek lembaga ekonomi konvensional dan arena itu sepatutnya umat Islam menunjukkan sikap resistensi terhadap nilai-nilai yang dimunculkan oleh sikap individualisme dan sekularisme dalam bidang ekonomi. Di Negara-negara yang mayoritas masyarakatnya muslim, advokasi ini berhasil membangkitkan kesadaran sebagian besar masyarakat muslim. Mereka mulai menyadari dampak-dampak yang ditimbulkan oleh sistem ribawai baik terhadap perkembangan mentalitas, gaya hidup dan perilaku masyarakat Islam maupun terhadap aspek sosio-kultural. (Saeed, 1996:9).

Kedua, menggandeng para milyuner muslim penghasil minyak terbesar di beberapa negara Arab seperti Saudi Arabia, Kuwait, dan United Arab Emirates. Pendekatan para *proponent* ekonomi Islam ini dipandang tepat lantaran fungsi penting bank Islam adalah men-supply dana dari kalangan masyarakat, terutama kalangan pengusaha-pengusaha dan milyuner muslim, untuk dialirkan kepada masyarakat luas yang memerlukan modal pembiayaan untuk pengembangan ekonomi.

Ketiga, penafsiran bunga bank sebagai riba. Strategi ini dilakukan dengan disertai justifikasi normatif yang bersumber dari al Qur'an dan Hadits dan justifikasi sosiologis dengan memperlihatkan efek domino dari sistem bunga. Advokasi sistem bunga sebagai sumber malapetaka dan kekacauan sosial ekonomi telah dilakukan sejak abad 19. Pada abad ini advokasi ini mulai mendapat perhatian luas disertai dengan bukti-bukti historis dan sosiologis yang

menunjukkan dampak dari penerapan bunga seperti terjadinya inflasi, memperkerjakan buruh-buruh yang tak terorganisir dipaksa untuk bekerja sepanjang hari dalam kondisi yang tidak sehat, anak-anak dan perempuan diperkerjakan layaknya laki-laki dengan upah yang sangat minim. (Mahmud, 1987:5).

Strategi pendukung ekonomi Islam melalui jalur ini berhasil mempengaruhi opini pemerintah negara-negara Islam dan melakukan rekonstruksi sosial ekonomi yang tidak melawan hukum dan hak-hak kemanusiaan, ekonomi yang mereka anggap sesuai dengan nilai-nilai syari'ah Islam. Advokasi ini berhasil menetapkan kerangka dasar pembangunan dan perkembangan ekonomi dan bank Islam serta menjadi rujukan bagi kebanyakan negara-negara yang mendirikan bank Islam termasuk di Indonesia. Di Indonesia organisasi sosial keagamaan semacam Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah mengkaji secara seksama hukum asal bunga bank yang diidentikan dengan riba pada zama kehidupan Nabi dan juga mempertimbangkan kondisi perbankan di Indonesia saat ini yang sudah banyak berkembang. *Ending* dari pengkajian MUI itu adalah penetapan fatwa haramnya bunga bank yang dikeluarkan pada bulan Januari 2004. (Ghafur, 2008:196).

Selain MUI, organisasi sosial keagamaan, ormas Islam Muhammadiyah pada tanggal 18 Juni 2006 Majelis Tarjih dan Tajdidnya telah mengadakan Halaqah Nasional dengan agenda di antaranya membahas masalah bunga bank atau lembaga keuangan lain. Hasil akhir dari Halaqah tersebut adalah keluarnya fatwa Nomor: 08 Tahun 2006 yang berisi, di antaranya: 1) ekonomi Islam adalah sistem ekonomi yang berbasis nilai-nilai Islam, antara lain keadilan, kejujuran, bebas bunga, dan memiliki komitmen terhadap peningkatan usaha bersama, dan 2) bunga (*interest*) adalah riba karena merupakan tambahan atas pokok modal yang dipinjamkan. Tambahan ini bersifat mengikat dan diperjanjikan, sedangkan yang bersifat sukarela dan tidak diperjanjikan tidak termasuk riba.

Keempat, injeksi hukum riba ke dalam *civil code*. Para pendukung ekonomi dan bank Islam dengan gigih memperjuangkan agar hukum bunga (riba) diperkuat melalui hukum perdata dan perdagangan. Abdullah Saeed mencatat bahwa langkah memasukan status hukum bunga bank dalam hukum perdata dan perdagangan yang dilakukan tokoh-tokoh Islam konservatif berhasil menemukan ekspresinya dalam skala yang lebih luas dalam beberapa negara Muslim. Dalam hukum perdata Kuwait (Kuwaiti Civil Code) secara eksplisit ditemukan adanya pasal-pasal tertentu yang merujuk pada pengharaman riba. Pasal 547, misalnya dinyatakan bahwa: *loan shall be without interest. Any condition to the contrary shall be void without prejudice to loan agreement itself, and that "any benefit stipulated by the lender shall be considered interest.* Item dalam KCC ini mempertegas adanya komitmen negara-negara muslim untuk

menolak sistem bunga uang dan segala bentuk transaksi yang mengarah pada tindakan pembungaan uang harus secara tegas ditolak tanpa kompromi atau prasangka apa-apa. Komitmen ini juga diwujudkan oleh pemimpin negara seperti yang terjadi dalam lembaga Kuwait Finance House (KFH). Tercatat 40 persen sahamnya KFH dikuasai oleh pemerintah Kuwait. (Saeed, 1996).

Knowledge Sharing: Menciptakan Budaya Bisnis Islami

Dari beberapa strategi dekonstruksi di atas jika disimak secara serius dapat dikatakan bahwa perjuangan menegakkan dan mengembangkan ekonomi islami adalah sebuah perjuangan dakwah. Dan, bank syari'ah, dengan demikian selayaknya memerankan diri sebagai media dakwah islam *bil h+1* dalam aspek akonomi dan sebagai lembaga perantara keuangan antara pihak surplus unit dengan pihak deficit unit pada sisi lain. Dalam dua aspek ini lembaga ekonomi syari'ah dituntut untuk mampu menegakkan dan menerapkan nilai-nilai islami dalam proses bisnisnya dan mengembangkannya menjadi budaya perusahaan agar menjadi diacu bersama oleh kalangan internal bank Islam dan masyarakat luas. Upaya ini dipandang penting untuk diwujudkan sebab budaya perusahaan yang sarat dengan nilai-nilai yang dianut bersama ini seperti dikatakan John Kotter, J.L. Heskett, Camero dan Quin memiliki peran penting. Kegagalan dialami banyak perusahaan (organisasi), menurut mereka, disebabkan oleh kegagalan dalam mengelola atau mengabaikan budaya perusahaan. (Moeliono, 2007).

Nilai-nilai Islam yang diusung ekonomi dan bank syari'ah bukan mustahil menjadi sebuah budaya jika nilai-nilai ini berhasil ditanamkan secara baik dan benar di kalangan internal bank syari'ah dan masyarakat luas. Upaya-upaya yang dilakukan manajemen bank syari'ah melalui beberapa langkah berikut ini patut mendapat dukungan dan apresiasi.

Menciptakan Lingkungan Bisnis Islami

Menciptakan lingkungan bisnis yang sesuai dengan visi, misi dan tujuan Islam menjadi sebuah keniscayaan bagi para manajer bank syari'ah. Meskipun istilah muamalat yang melekat pada bank yang beroperasi atas nilai syari'ah ini sudah merepresentasikan dan mencerminkan nilai-nilai Islam, namun diakui bahwa pemahaman yang mendalam terhadap etika bisnis syari'ah menjadi sebuah kebutuhan yang sangat mendasar. Kebutuhan akan pemahaman etika syari'ah dalam berbisnis sangat diperlukan bukan hanya lantaran tipisnya pemahaman yang dimiliki, tetapi juga sangat diperlukan sebagai bekal untuk menciptakan lingkungan bisnis yang islami dan bekal memberikan pemahaman kepada masyarakat luas.

Dua hal tersebut, diakui sebagai satu bentuk dakwah dan akuntabilitas personal dan organisasional bank Islam dalam mewujudkan nilai-nilai etika bisnis yang islami sesuai visi dan misi dasar eksistensinya. Sebab etika bisnis dalam tradisi Islam diformulasikan dalam bentuk syari'ah yang merupakan pedoman yang digunakan umat Islam untuk berperilaku dalam segala aspek kehidupan (Moeliono, 2007:ix) yang tidak semua orang Islam memahaminya secara baik dan benar, terutama yang berkaitan dengan ranah ekonomi dan bisnis. Ketidapahaman ini berdampak pada lahirnya perilaku yang bertentangan dengan syari'ah.

Secara internal organisasi, bank Islam dalam mengeliminasi persoalan tersebut dengan mendiskusikan dan membagi pengetahuan serta pemahaman syari'ah (*sharing knowledge*) satu sama lain yang dilakukan secara internal teratur sesuai *schedule time*. Bahkan, hasil pengamatan menunjukkan mereka harus menghentikan sejenak aktivitas transaksi pada waktu-waktu tertentu untuk melaksanakan kewajiban ubudiyah dan melakukan *knowledge sharing*. Apabila pada waktu-waktu sibuk tidak memungkinkan untuk *knowledge sharing* mereka membuat kesepakatan untuk tetap bertahan di kantor setelah selesai semua kegiatan dilakukan guna melakukan refleksi kesesuaian penerapan nilai Islam dengan kegiatan yang telah berlangsung. Sungguhpun kesesuaian produk yang diluncurkan dengan nilai-nilai Islam merupakan tugas dewan pengawas syari'ah, namun secara personal dan organisasional dipandang penting. Hal ini dilakukan sebagai upaya organisasi untuk melakukan dekonstruksi dan transformasi pemahaman serta menciptakan budaya organisasi yang linier antara pemahaman dengan prakteknya sesuai nilai-nilai Islam.

Menjadikan Nilai Islam sebagai Budaya Organisasi

Memiliki kesatuan pemahaman tentang visi, misi dan tujuan operasional organisasi (bank syari'ah) merupakan aspek penting yang harus dimiliki dan dipahami oleh semua warga organisasi. Kesatuan pandangan dan pemahaman memungkinkan warga organisasi (*organizational citizenship*) merumuskan budaya organisasi secara bersama-sama dan memperkuat budaya yang dibentuk bersama untuk menopang kinerja organisasi.

Upaya yang dilakukan secara internal oleh manajer dan karyawan bank syari'ah dalam meninternalisasi nilai-nilai Islam bertujuan untuk melahirkan kesatuan pemahaman, menguatkan pemahaman tentang visi dan misi serta tujuan bank syari'ah dan upaya membentuk budaya organisasi yang kuat. Budaya organisasi yang kuat, menurut para pakar perilaku organisasi, lahir dari individu-individu yang memiliki komitmen yang kuat. Mereka menjadikan nilai organisasi sebagai rujukan mewarnai cara bertindak warga organisasi. Budaya organisasi

merupakan sebuah sistem arti yang *disharing* dalam sebuah organisasi yang mempengaruhi bagaimana karyawan bertindak. (Joiner, 2001:229).

Perluasan horizon pemikiran bahwa ekonomi Islam yang diwujudkan melalui praktek bank syari'ah tidak hanya berorientasi pada dimensi profane, tetapi juga pada dimensi transenden perlu dipahami secara seksama oleh semua komponen dalam bank syari'ah. Ini dimaksudkan agar praktek ekonomi Islam tidak keluar dari *main stream*-nya.

Atas dasar pemahaman itu, praktisi bank syari'ah, di samping menerapkan produk-produk yang berorientasi keuntungan melalui proses yang memenuhi standar syari'ah juga menggali dana kemanusiaan melalui *muamalat m+1*. Dana-dana sosial yang terhimpun dari *muamalat m+1* ini dibagikan kepada kelompok miskin yang tak berdaya secara ekonomik. Agenda ini merupakan perwujudan dari nilai kasih sayang, ta'awun terhadap kelompok miskin, dan persaudaraan terhadap sesama. Kelompok-kelompok yang dianggap berada di bawah garis kemiskinan dihadirkan di kantor bank muamalat diberi pengajaran, buka puasa bersama lalu dibagikan mal dari muamalat yang tersedia.

Upaya, ini sebagaimana dikemukakan manajer pada saat memberi sambutan dimaksudkan mempraktekkan nilai-nilai Islam yang sesuai dengan visi, misi dan tujuan bank syari'ah. Tradisi seperti ini, dan juga tradisi lain, seperti membangun kebersamaan melalui kekuatan jama'ah, diharapkan tumbuh dan berkembang menjadi sebuah budaya organisasi yang kuat dalam lingkungan bank syari'ah.

Budaya organisasi yang kuat merupakan alat kendali perilaku manusia yang efektif sekaligus efisien. Sebaliknya, budaya organisasi yang lemah tidak mampu membuat karyawan mengidentifikasi diri mereka dengan tujuan organisasi dan bekerja bersama-sama untuk mencapai tujuan tersebut. Budaya lemah membuat karyawan memiliki loyalitas keorganisasian yang rendah dan membuat mereka semata-mata hanya mengejar uang (Soetjipto, 1997:11). Budaya organisasi yang lemah tidak mampu menjalankan dua fungsi utamanya, yaitu mampu mendukung organisasi dalam beradaptasi dengan faktor-faktor eksternal. Persoalan Internal dan eksternal ini merupakan persoalan yang paling terkait satu sama lain dan biasanya muncul secara bersamaan, oleh karena itu, agar bank syari'ah memiliki kinerja dan keunggulan komparatif diperlukan tidak hanya kemampuan memperkuat budaya yang dibangun, melestarikannya, tetapi juga diperlukan komitmen dan keunggulan kolaboratif secara internal.

Sosialisasi Nilai-Nilai Islam dalam Ekonomi

Melakukan sosialisasi/transfer pengetahuan kepada masyarakat luas merupakan satu bentuk dari *public education*. Hal ini didasari dilakukan atas

dasar kesadaran bahwa sosialisasi organisasi, nilai-nilai dan budaya organisasi bank syari'ah, perlu dikembangkan dan dilestrakan secara meluas di kalangan internal dan eksternal bank syari'ah.

Sosialisasi organisasi merupakan proses di mana seorang individu dan masyarakat luas memperoleh sikap-sikap, perilaku dan pengetahuan (*knowledge*) yang diperlukan untuk mengembangkan dan mengetahui visi dan misi bank syari'ah. Kegiatan ini melibatkan upaya organisasi untuk mensitulasi individu-individu dan masyarakat agar mereka melakukan transaksi ekonomi yang sejalan dengan nilai-nilai Islam, dan menyebarkan misi ekonomi Islam melalui bank syari'ah.

Sosialisasi organisasi ini merupakan aspek penting, karena proses ini seperti diakui manajer bank muamalat memiliki kekuatan pengaruh yang besar terhadap perubahan perilaku dan sikap masyarakat. Melalui sosialisasi organisasi ini diharapkan terjadi transformasi pemahaman dan pengetahuan tentang bank syari'ah, proses menanamkan nilai-nilai Islam melalui transaksi ekonomi, dan proses pembebasan diri dari dominasi nilai semu menuju tahap perkembangan kesadaran (*conscientization*) diri secara benar sesuai dengan fitrah manusia.

Disadari pula bahwa, visi dan misi bank syari'ah tidak akan memiliki dampak yang luas jika tidak disebarkan, diketahui pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) secara luas, melampaui wilayah di mana bank syari'ah beroperasi. Sosialisasi nilai-nilai organisasi terhadap masyarakat sekitar juga dipahami sebagai sebuah kaharusan. Eksistensi bank syari'ah tidak lain sebagai sebuah entitas yang hadir untuk masyarakat luas. Bank syari'ah sebagai perusahaan ada karena masyarakat ada, keduanya bisa dimetaforakan bagaikan koin bermata dua, bisa dibedakan, namun tidak dapat dipisahkan.

Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial (*social corporate responsibility*), tidak hanya mementingkan kepentingan diri sendiri dan beberapa komponen yang terlibat di dalamnya, sebagaimana dalam pandangan tradisional, yang mempercayai perusahaan hanya mengenal adanya hubungan resiprokal antara perusahaan dengan *shareholders*, *principal* dan *agent*. Tanggung jawab sepihak ini digugat melalui teori *stakeholders*.

Teori ini mengakui adanya relasi yang sejajar dan luas antara perusahaan dengan seluruh komponen masyarakat dan menghendaki perusahaan untuk menempatkan hak dan kewajibannya secara seimbang (*equilibrium*). Dalam hukum Islam, menciptakan keseimbangan antara hak dan kewajiban merupakan satu bentuk tanggung jawab. Tanggung jawab diperlukan agar pelaku-pelaku bisnis mampu mengendalikan diri dari tindakan melampaui batas kewajaran dan kemanusiaan. Tanggung jawab meliputi ruang dan waktu, ia tidak hanya berkaitan

dengan tanggung jawab terhadap manusia dengan sesamanya, manusia dengan alam, tetapi juga manusia dengan Tuhannya.

Sebagai sebuah perusahaan yang menjadi icon Islam dalam ekonomi, bank syari'ah memiliki tanggung jawab yang sama. Salah satu bentuk pertanggung jawaban perusahaan ini adalah melakukan sosialisasi nilai-nilai Islam melalui dakwah yang dilakukan kepada masyarakat luas sehingga mereka memiliki wawasan dan pemahaman yang memadai.

Dalam melaksanakan agenda ini bank syari'ah menggandeng orang-orang yang dianggap memiliki kompetensi dan otoritas keilmuan, kewibawaan dan kelembagaan yang tinggi. Otoritas keilmuan terdapat pada kalangan akademisi, otoritas kewibawaan dan kelembagaan terletak pada Majelis Ulama. Mereka ini digandeng untuk duduk satu meja melalui acara-acara seminar, diskusi dan talkshow di televisi swasta dan radio-radio lokal untuk menyajikan apa dan bagaimana Islam dalam ekonomi dihadapan para pengusaha muslim dan masyarakat luas.

Transfer pengetahuan dan pemahaman memiliki arti dan nilai penting dalam membentuk realitas ekonomi islami. Sebab, ia *knowledge sharing* memiliki kekuatan transformatif baik dalam membentuk mozaik pemikiran individu maupun dalam merubah cara pandang individu atas suatu realitas. *Knowledge sharing*, dalam konteks ini adalah membagi pengetahuan melalui sosialisasi pemahaman aksioma etika ekonomi Islam pada individu-individu dan masyarakat luas, dengan sasaran mengubah *mind set* mereka yang telah digerogeti pemahaman bahwa ekonomi harus bebas nilai dan hanya untuk mengejar kepentingan tunggal, akumulasi kekayaan tanpa sandaran etika.

C. TIPOLOGI NASABAH BANK SYARI'AH

Upaya-upaya perluasan jaringan bisnis islami yang dilakukan sebagai upaya membudayakan nilai-nilai Islam dalam ranah ekonomi dan bisnis kepada masyarakat luas, yang dijelaskan di atas memberikan kilas balik tentang sikap dan tipologi masyarakat muslim yang berbeda dalam mengadopsi budaya yang sama, budaya bisnis islami yang ditawarkan lembaga ekonomi (bank) Islam. Perbedaan tipologi menyiratkan pemahaman bahwa individu yang memiliki nilai dan filosofi hidup yang sama, bukan menjadi sebuah jaminan akan memberikan respons yang sama.

Perbedaan respons yang terjadi dalam menyikapi budaya bisnis islami, bukan satu hal yang keliru, hal ini bisa muncul disebabkan karena berbagai variable seperti perbedaan kepentingan, latar belakang, persepsi dan pemahaman. Perbedaan-perbedaan ini melahirkan stimulasi perilaku yang berbeda. Dalam

menyikapi tawaran memanfaatkan jasa bisnis islami yang ditawarkan bank syari'ah, Muhammad menemukan tiga tipologi individu muslim, yaitu tipologi modernis, tipologi spiritualis dan tipologi modernis - spiritualis. (Muhammad, 2008:127).

1. Modernis

Karakteristik yang mendasar dari sikap dan perilaku individu atau masyarakat modern adalah menempatkan *power of rationality*, berpikir pragmatis, suatu pemikiran yang berorientasi pada hasil nyata, bergantung pada daya dan kecanggihan teknologi dan rasionalitas. *Power rationality* dalam masyarakat modern, terutama di dunia Barat, menggeser nilai-nilai tradisional, termasuk norma-norma agama. Hal-hal yang bersifat *transcendental* dan mistis, hampir, untuk tidak mengatakan tidak, mustahil. Mereka memiliki kecenderungan pragmatis, mengukur sesuatu yang dilakukan dengan hasil riil berupa material. Mereka juga selalu mendasarkan keputusannya pada seberapa besar hasil (materi) yang akan diterima jika memutuskan untuk menabung di bank syari'ah. Mereka memiliki wawasan dan pemikiran yang telah terkontaminasi dengan perkembangan modern. Sungguhpun nasabah ini memiliki keyakinan dan menganut nilai-nilai agama, namun nilai-nilai ini tidak lebih dari urusan *privacy* yang pelaksanaannya diserahkan pada *mood* yang dialami individu.

Individu yang memiliki tipologi modernis, cenderung mengalkulasi untung rugi dari sisi material. Dasar pertimbangan untuk menabung/menggunakan jasa lembaga ekonomi islami adalah kalkulasi keuntungan material, kemudahan-kemudahan transaksi dan hal-hal yang bisa membuatnya merasa *enjoy*. Preferensi untuk melakukan transaksi dalam bank syari'ah dengan mengedepankan azas profit material yang diperoleh dari transaksi bisnis. Preferensi ini sangat pragmatis, mengukur sesuatu dengan laba pragmatis, ingin dilayani dengan cepat dan mudah. Kecenderungan-kecenderungan ini menjadi naluri yang ada pada setiap orang, ingin menikmati dan menggunakan teknologi yang canggih dalam setiap transaksi.

Nasabah yang memiliki tipologi modernis ini menekankan pada *tangible aspects*, yaitu produk, harga dan sarana yang memadai. Dalam hal polemik tentang bunga bank, mereka tidak memandangnya sebagai problema yang dipermasalahkan agama. Mereka kerap kali mengadakan perbandingan antara bank syari'ah dengan bank konvensional dari sisi profit. Motif utamanya dalam transaksi adalah mencari keuntungan atau imbalan material dari modal yang mereka investasikan di bank secara lebih besar. Mereka yang memiliki tipologi ini memiliki etos material yang tinggi. Nurcholis Madjid (1996), dalam kaitan ini mengatakan bahwa:

Materialisme manusia moderen adalah suatu etos yang memandang kebahagiaan manusia dan harga dirinya ada dalam penampilan-penampilan fisik dan lahiriah yang berdasarkan kekayaan material. Rasionalisme moderen (Barat) mengagungkan kehidupan material dan menafikan yang "immaterial" seperti Marxisme. Mereka yang materialis seperti kaum Marxis tidak percaya kepada yang gaib, yang "immaterial." (Djumbhana, 1996:xxi).

Kecenderungan dan preferensi ekonomis nasabah yang berorientasi keuntungan material ini dianggap lumrah, karena memang menjadi hakikat utama bisnis. Mereka tidak menempatkan agama sebagai rekayasa manusia, sebagai sebuah ilusi yang didasarkan pada *human wishesh* yang diimani Comte dan Freud. Mereka percaya kepada Allah, meskipun tidak melintasi batas pemahaman tidak melintasi batas ekonomi. Mereka lebih mengedepankan profit jangka pendek berupa imbalan material yang akan mereka peroleh ketika menginvestasikan dana mereka dalam bank syari'ah.

Imbalan bagi mereka adalah hal yang lumrah. "Imbalan yang pantas dari bank atas hasil investasi kita merupakan hal wajar dalam kehidupan moderen. Membiarkan modal kita dimanfaatkan orang lain tanpa mendapat imbalan (bunga) adalah keliruan". Bagi mereka, *bagi hasil* dan bunga tidak berbeda secara diametral. Mereka memiliki loyalitas yang mendua, di satu sisi menjadi nasabah bank konvensional dan di sisi lain ia memanfaatkan jasa bank syari'ah.

Apabila bank Islam mampu menunjukkan kelebihan dari sisi profit, bagi hasil yang lebih tinggi daripada bunga pada bank konvensional, mereka akan menjadi nasabah yang loyal. Dalam tertentu mereka akan drop dana yang mereka miliki ke dalam brangkas bank syari'ah untuk menggenjot bagi hasil yang tinggi. Sebaliknya, jika bunga bank pada sistem konvensional lebih tinggi dari sistem bagi hasil mereka akan menarik modal mereka dari bank syari'ah untuk diinvestasikan pada bank konvensional.

2. Spiritualis

Spiritualitas yang dikembangkan dari kata dasar spirit mengandung beberapa arti yaitu *breath* (ruh), *courage* (semangat), *vigor* (tenaga), dan *life* (hidup). Spirit juga diartikan dengan jiwa, roh, tujuan atau makna hakiki. (Oxford Dictionary, 1995: 1145). Sesuai dengan makna ini, nasabah yang memiliki tipologi spiritualis mengedepankan pilihan pada kepentingan untuk mencari makna, tujuan dan nilai hidup (*search for meaning, purpose, and value in life*).

Sikap dan pilihan untuk menjadi nasabah bank syari'ah didasari kesadaran pentingnya makna dan tujuan hidup ini sebagai media untuk lebih dekat dengan

Tuhan dengan jalan mentaati perintahNya. Aspek penting yang menandai ketaatan ini terletak pada keinginan untuk menjauhi larangan Tuhan melalui transaksi ekonomi yang berbasis bunga. Bunga uang bagi mereka adalah riba yang diharamkan dalam al Qur'an hadits Nabi.

Terhadap realitas ekonomi yang dominan selama ini, mereka menganggapnya sebagai sesuatu yang tidak memberikan kandungan spiritual sebagai syarat untuk mencapai keharmonisan dan makna hidup, menuju kedekatan dengan Tuhan. Kehadiran bank syari'ah menjadi media yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan spiritual mereka. Menghindari diri dari hal-hal yang secara spiritual dilarang syari'ah dianggap sebagai jalan terbaik bagi individu untuk mencapai tujuan akhir (*one's ultimate concern*) yakni makna hakiki dalam hidup.

Menjatuhkan sikap dan pilihan pada realitas yang dianggap lebih relevan dengan nilai-nilai dasar, bagi sebagian individu tidak murni lahir dari kesadaran diri, melainkan atas pengaruh individu-individu lain yang memiliki otoritas dalam pengetahuan tertentu. Meski demikian, sikap dan tindakan ini dianggap sebagai *creative choice, and powerful force for living*. Otoritas ulama dalam memberikan *warning* kepada mereka tentang dampak dari riba dalam praktek ekonomi menjadikan sebagian dari nasabah ini menjadi loyal terhadap bank syari'ah.

Mereka tidak memiliki daya kritis terhadap realitas sosialnya, mereka cenderung menghindari hal-hal yang secara syari'ah dilarang sesuai dengan penegasan ulama, dalam hal ini Majelis Ulama Indonesia yang mengharamkan bunga bank. Meski demikian, fatwa ini tidak berdampak pada semua nasabah. Bagi masyarakat muslim yang memiliki rasionalitas tinggi, fatwa ini tidak memiliki daya tawar apa-apa. Artinya mereka tetap saja memanfaatkan jasa bank yang menggunakan sistem bunga.

Sebaliknya, bagi yang memiliki pemahaman yang memadai tentang *subject matter* mereka merespon realitas sesuai dengan pemahaman (pengetahuan) keagamaan, dan kesadaran untuk mengekspresikan dimensi spiritual. Pengharaman bunga bank yang pernah difatwakan MUI semakin memperkuat keyakinan individu yang memiliki tipologi spiritualis untuk menghindari transaksi ekonomi melalui lembaga yang ada, dan menjadikan lembaga ekonomi dan keuangan syari'ah sebagai lembaga yang dianggap representatif untuk memenuhi kebutuhannya.

Mereka memiliki orientasi jangka panjang, kesadaran untuk menjadikan nilai-nilai syari'ah sebagai *manhaj al hayat*, rujukan kehidupan. Aspek margin yang akan diperoleh dari bank syari'ah atas investasi bukan hal yang mendasar.

Baginya, keamanan dana menjadi hal penting, yaitu keamanan surplus ekonomi dan keamanan di mana modal diproses secara syari'ah dan melahirkan hasil yang sesuai dengan norma dan nilai-nilai syari'ah. Emosionalitas keagamaan lebih mewarnai keputusan mereka. Tujuannya, sejalan dengan yang dikatakan Ibnu Khaldun, untuk mengejar kebahagiaan. Sumber kebahagiaan bagi kelompok ini terletak pada kesungguhan mereka dalam mengimani teks-teks keagamaan yang lahiriah, tanpa harus menyelami makna-makna esoteris (*al khaifiyah*), justru dikarenakan tujuan keberagamaan bagi mereka adalah mengetahui untuk beramal, yaitu berbuat baik (Nasr, 2003:xxix).

3. Modernis - Spiritualis

Selain kedua tipologi yang telah dibahas sebelumnya, Nasabah bank syari'ah juga memiliki tipologi lain dalam merespon realitas yang sama. Tipologi yang ketiga ini mengkonvergensi dua tipologi yang ada sebelumnya, sehingga lebih tepat dikatakan tipologi modernis-spiritualis.

Sesuai dengan nama di atas, nasabah dengan tipologi ini memiliki orientasi yang memadukan dua tipologi nasabah sebelumnya juga. Mereka tidak hanya bersifat keuntungan jangka pendek (*short term oriented*) yang diperoleh melalui bagi hasil, kemudahan transaksi dan pertimbangan lain, tetapi juga berorientasi pada keuntungan jangka panjang (*long term oriented*), yaitu *falah* dan *sa'adah fi al dunya wa fil akhirat*.

Tipologi nasabah individu modernis-spiritualis boleh dikata eksklusif jika dibandingkan dengan dua tipologi yang dijelaskan sebelumnya. Yang disebut terakhir berangkat dari pemahaman dan keyakinan bahwa suatu pilihan, tindakan, dan perilaku, termasuk dalam transaksi ekonomi memiliki dampak dan implikasi, baik bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Aktivitas dunia yang dilakukan merupakan satu siklus yang tidak bisa dipisahkan dengan kehidupan lain yang kekal dan abadi, yaitu akhirat.

Bagi individu ini, baik buruknya aktivitas ekonomi tidak dilihat dari perolehan laba materi. Ukuran material bisa dimanipulasi sehingga dapat merusak tatanan sosial, ekonomi dan pelaku ekonomi sendiri. Sebaliknya, jika ukuran baik buruknya kegiatan ekonomi melintasi batas dunia materi, maka perilaku-perilaku menyimpang dalam kegiatan ekonomi akan tereliminasi dan bahkan dapat menstimulasi individu untuk lebih dekat dengan Sang Khalik.

Ukuran baik buruknya kegiatan ekonomi yang didasarkan pada kinerja perolehan material dan kinerja yang melintasi batas dunia materi hanya dapat dicapai dengan mengombinasikan antara rasionalitas yang memuaskan (*satisfying*

rationalism) dengan *religious maturity*. *Satisfying rationalism* menggambarkan sikap dan tindakan individu yang dilandasi oleh jiwa kritis, tidak menerima suatu label, konsep atau simbol seperti apa adanya, melainkan mencari dasar dan rujukan yang bisa memberikan jawaban yang memuaskan. Dengan memperoleh jawaban yang dianggap memuaskan, niscaya individu dapat mengubah identitas, menolak nilai-nilai yang dianggap palsu dan menerima nilai-nilai yang relevan dengan rasionalitas keagamaan dan spiritualnya. Ia melakukan transaksi dalam institusi keuangan islami dengan mengharapkan nilai tambah yang diperoleh dengan cara yang baik, *halalan thaybah*, diproses sesuai dengan petunjuk syari'ah.

D. KESIMPULAN

Elaborasi sebelumnya memberikan kita beberapa kesimpulan penting tentang upaya-upaya dekonstruksi dan transformasi ekonomi secara islami. Dalam skala yang lebih luas, Negara-negara Islam, upaya ini dilakukan secara sistemik dan berkelanjutan melalui berbagai pendekatan di antaranya melakukan advokasi tentang keburukan riba dalam praktek ekonomi, menggandeng para milyuner muslim dari Negara-negara penghasil minyak dunia, melakukan pengkajian terhadap bunga sebagai riba, menginjeksi hukum riba dalam *civil code*. Dalam skala yang lebih mikro, bank Islam di Indonesia, terutama di wilayah studi ini dilakukan, mengadopsi format pendekatan-pendekatan yang ada meskipun terdapat perbedaan-perbedaan tertentu, terutama yang menyangkut bekal pengetahuan dan pemahaman nilai-nilai Islam dalam ekonomi. Dekonstruksi dan transformasi pemahaman ekonomi secara islami dilakukan organisasi bank Islam secara internal dan secara eksternal. Secara internal, manajer dan karyawan dengan pendekatan, *knowledge sharing*, pelatihan, *up grading*, *short course*, seminar, *workshop* dan *constorsium* dengan mengutus kalangan internal bank. Pendekatan penciptaan budaya bisnis islami, menjadikan nilai islam sebagai budaya organisasi. Secara eksternal upaya dekonstruksi dan tranformasi pemahaman dilakukan melalui seosialisasi nilai-nilai Islam dalam ranah ekonomi pada masyarakat luas. Pendekatan ini dilakukan pihak bank syari'ah melalui metode *focus group discussion*, *talk show* dan dialog *public* melalui media eletronik (TV), radio dan media cetak dengan menghadirkan kalangan akademisi, MUI, praktisi bank.

Kedua, upaya dekonstruksi dan tranformasi ekonomi di kalangan masyarakat dilakukan pihak bank syari'ah secara maksimal melahirkan respons yang berbeda dari masyarakat muslim. Penelitian ini menemukan tiga tipologi nasabah muslim dalam merespons tawaran pemanfaatan fasilitas dari bank

syari'ah: 1) tipologi modernis, yaitu individu atau nasabah yang memiliki pemikiran dan kecenderungan yang bersifat pragmatis dalam memanfaatkan jasa bank syari'ah. Orientasi utama nasabah ini terletak pada ukuran kuantitas tingkat keuntungan bagi hasil yang diperoleh dari imbalan menabung di bank syari'ah dan kemudahan fasilitas dalam melakukan transaksi. 2) tipologi spirituali, yaitu individu atau nasabah yang memiliki sikap fundamental, mengacu pada nilai-nilai Islam yang melarang transaksi ekonomi berbasis bunga. Bagi mereka jelas, bunga adalah riba yang dilarang dalam hukum Islam. 3) tipologi modernis-spirituali, yaitu kelompok individu yang mengkonvergensi dua tipologi nasabah sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al 'Alwani, Taha. J. 1991. *Economic Growth and Human Resource Development in An Islami Perspective*. The Intemasional Institut of Islami Thought.
- Amitai, Etzioni. 1986. *Dimensi Moral Menuju Ilmu Ekonomi Bani*. Terj. Bandung:Rosdakarya.
- Arkoun, M.1997. *Rethinking Islam*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Soetjipto, Budi W. 1997. Perangkap Budaya. *Usahawan*, No 02, Th XXVI, Februari
- Kotter, John P. & James L Hasked. 1992. *Corporate Culture & Performance*. New York; The Free Press.
- Budiman, H. 1997. *Pembunuhan yang selalu Gaga: Modemisme dan Krisis Raionalitas Menurut Danial Bell*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Butt, Nasim. 1991. *Sains dan Masyarakat Muslim*. Terj. Bandung:Mizan.
- Capra, Fritjof. 1997. *The Hidden Connection:Strategi Sistemik Melawan Kapitalisme Ban/*. Ten. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hardiman, F. Budi. 2003. *Melampaui Positivisme dan Modemitas Diskursus Filosofis tentang Metode Ilmiah dan Problem Modemitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Joiner, Therese A. 2001, "The influence of national culture and organizational culture alignment on job stress and performance: evidence from Greece"; *Journal of Managerial Psychology*, vol 16, No.3, 2001; pp. 229-242.
- Keraf, A. Sonny.1997. *Bisnis:Sebuah Kebudayaan*. Jurnal UNISIA No.35/ XX/III/62-72.
- Keraf, A. Sony. 1991. *Etika Bisnis:Membangun Citra Bisnis sebagai Profesi Luhur*. Yogyakarta
- Luth, Tohir. 2005. Bank Syari'ah Sebuah Keharusan. Pengantar. Dalam Muhammad. *Bank Syari'ah Pproblem dan Prospek Perkembangan di Indonesia*. Yogyakarta:Graha Ilmu.

- Moeljono, Djokosantoso dan Steve Soedjatmiko (eds). 2007. *Corporate Culture Challenge to Exchellenge: Pemikiran, Wawasan, dan Inspirasi Budaya Unggul untuk Menghadapi Perubahan dan Meraih Sukses*. Jakarta:Cocld & Red Piramida.
- Mubarok, Achmad. 2001. *Psikologi Qufani*. Jakarta-Pustaka Firdaus. .
- Naqvi, Seed Heidar N.1985. *Etika dan Ilmu Ekonomi: Sintesis Islami*. Terj. Bandung:Mizan.
- Nasr, S.H. 2003. *The Heart of Islam:Pesan-Pesan Universal Islam untuk Kemanusiaan*. Terj. Nurasiah Fakh Sutan Harahap. Bandung:Mizan.
- Saeed, Abdullah. *Islamic Banking. A Study of the Prohibition of Riba and its Contemporary Interpretation*. Leiden: EJ. Brill. 1996.
- Suman, A. & Yustikani, A.E. 1997. *Perspektif Baru Pembangunan Indonesia: Catatan Kritis terhadap beberapa Isu Aktual*. Malang:Danar Wijaya, Brawijaya University Press.
- Triuwono, I. 2000. *Organisasi dan Akuntansi Syari'ah*. Yogyakarta:LKIs.
- Triuwono, I. 2002. Pengembangan Nilai Etika. *Jurnal Pengelolaan dan Pengawasan Publik. Jurnal Peningkatan Pembangunan Regional Otonomi Daerah*, 35-47.
- Vegeer, K.J. 1993. *Realitas Sosial Refleksi Filsafat Sosial Atas Hubungan Individu-Masyarakat dalam Cakrawala Sejarah Sosiologi*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Zohar, Danah dan Ian Marshall. 2005. *SC, Spiritual Capital Memberdayakan SC di Dunia Bisnis*. Terj. Helmi Mustofa. Bandung:Mizan.